

Giovedì 9 ottobre 1941 - XIX

"COL DUCE E PER IL DUCE"

PUBBLICITÀ: Per millimetro di altezza larghezza una colonna: **Commercio** L. 3 - **Opere** L. 4 - **Finanziari, assemblee, concorsi, nato, ecc** L. 5 - **Neurologia** L. 3 - **Opere** L. 4 - **Finanziari, assemblee, concorsi, nato, ecc** L. 5 - **Economici**, vedi rubrica **nato, sentenza, nozze, onorificenze, laurea, ecc.** L. 4 - **Economici**, vedi rubrica **Rivolgere:** **CDINE**, via S. Francesco 1 g. tel. 9-59 - **MILANO:** via Vivio 10, tel. 70-333

QUOTIDIANO POLITICO DEL MATTINO
ANNO DI FONDAZIONE (GIORNALE DI UDINE) 1866

10

Intense manifestazioni d'affetto e di dedizione nell'Oltretorrente rinnovato

La propaganda americana vista da un americano

Lo scrittore Quincy Howe nel suo volume «The News and how to understand it» (Le notizie e il modo di interpretarle), presenta un quadro molto interessante della propaganda americana, del sistema di accaparramento delle informazioni e del modo di presentarle al pubblico.

L'esposizione si presenta attraverso tutto un interessante volume in forma piana, leggermente ironica, ma con un sapore di verità che aumenta l'efficacia, attingendo qualche volta ad ammonimenti rivelatori.

Del resto il carattere del libro è denotato dal sottotitolo: «A dispetto dei giornali, delle riviste e della radio».

L'analisi non risparmia nulla a nessuno, e nella sintesi l'autore conclude che non avere alcuna fiducia sulla veridicità delle notizie diffuse dalla stampa e dalla radio degli Stati Uniti. Anzi, ad un certo punto, dichiara testualmente: «Nove parole su dieci di quanto si legge sui giornali degli Stati Uniti ci danno pareri e non fatti, interpretazioni e non notizie».

«Non c'è come a re-

no il pane e burro quotidiani» (pag. 87).

Se poi dal campo internazionale passiamo alle polemiche interne della propaganda americana, il libro solleva veri e propri pesanti dietro i quali si nascono trucchi ed interessi imbottiti.

L'autore, per esempio, non ammette francamente l'importanza che ha per il giornalismo la questione della pubblicità, la quale dà ad esempio minimo il 75 per cento incassi, sicché non ci si può fare — per esempio — che un giornale americano attacchi un magazzino della città perché ha diretto contro gli incendi o i paga male i salari o per altri ragioni».

Non c'è quindi da stupirsi che una popolarità continuando ad essere, nella libera e democraticissima America, le meno tuate dalla costi detta libera stampa.

Per la propaganda radica l'Howe dice che le stazioni trasmettenti devono essenzialmente preoccuparsi «del Governo americano e dell'Associazione Nazionale delle Stazioni Radio».

Quando non si è ancora diffusa la stampa dei giornali, è inneggiata la stampa dei giornali della Gran Bretagna, e della più colorata ebraico - massonica vi dovrai incontrare, non possiamo dare per dimostrato, con assoluta e matematica evidenza, quali possono essere i «pareri» e le «interpretazioni» su cui tutta la stampa è fondata.

L'Howe, ad un certo punto, dimostra come questa tendenza «dominante dell'interpretazione» a svantaggio di «tutti gli atti» rischia persino ad influenzare «il bollettino» che «si origina e del calore del sole e delle maree», fornito dalle tre principali agenzie di informazioni degli Stati Uniti, dai tre più noti «colonisti» e dai più celebri «commentatori dei fatti del giorno».

Quantunque l'autore nella prefazione lasci intendere che ci collaborano tutti i mezzi si è dovuto scrivere, siano stati costretti ad essere «fatti» benevoli verso le «grandi catene di stazioni radio trasmissioni, i ed i loro commentatori più popolari e verso le grandi agenzie di informazioni dei principali quotidiani per non incorrere in pericolose ritorsioni», pure egli non può mancare a certe critiche sottilmente satiriche, come per esempio quando parla della notissima Daily Express.

Deputy Thompson dice che «cambia ogni giorno di opinione» come una banderuola e attacca ogni quello che difendeva ieri. Interessante è anche il giudizio sulla signora Eleanor Roosevelt che «lancia parole sonda per conto del marito ed esprime punti di vista che hanno la preventiva benedizione della Casa Bianca».

Della generalità degli illustratori e dei commentatori della situazione europea e mondiale, l'Howe dice che molti di essi hanno la «con-

vinzione di « avere avuto da Dio la missione di salvare il popolo americano » e molti altri si danno « tale auto - importanza da considerare le loro corrispondenze come dei documenti di Stato ».

Per chi volesse domandarsi come mai con malevolo pregiudizio, — o meglio ancora — con una mania che talvolta assume le forme di vero e proprio sadismo, i giornalisti americani si siano scagliati e si scagliano contro l'Asse, specieamente contro il libro, il libro più semplice e la più chiara delle spiegazioni. Tutti i giornali statunitensi in Europa, essendo fortemente influenzati dalla propaganda democratica anglo-francese (nonché dai profondi e non chiariti interessi americani), quasi tutti, senza eccezioni, dette) si schierarono, sin dall'inizio del movimento nazista, contro il Capo della nuova Germania e furono subito talmente nemici di Hitler che rifiutarono persino i contatti con critici più benevoli o meno parziali, non dettando con animo di pietà, ma tendendo verso esclusiva- mente i contatti con i nemici di Hitler e del nuovo Reich ».

« E' codesta una delle ragioni per le quali gli Stati Uniti furono così incredibilmente male informati sulla Germania ». E soggiunge l'autore: « Essi hanno: poi un interesse personale nella vittoria britannica, perché se trionfa Hitler perderan-

**decorati al valor militare
per operazioni di guerra in A. O.**

100

